

**ANALISIS KUALITAS PRODUK YANG DIPERTIMBANGKAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI SABUN CUCI
MERK RINSO DAN SOKLIN
(Studi Kasus pada Ibu Rumah Tangga di Medokan Asri 1 - Surabaya).**

PROPOSAL



Oleh :
ELIF RAHMAWATI
0742010077

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITASPEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2011**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas Berkat dan rahmat-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **Analisis Kualitas Produk yang dipertimbangkan Konsumen dalam Membeli Sabun Cuci Merk Rinso dan Soklin (Studi Kasus pada Ibu Rumah Tangga di Medokan Asri 1 - Surabaya).** Penulisan laporan ini disusun untuk memenuhi syarat wajib penulisan skripsi dan tugas akhir program S1 Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada bapak **Nurhadi, Drs, M.Si** selaku dosen pembimbing utama, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan petunjuk dan pengarahan serta dorongan sejak awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini juga tidak lepas dari bantuan berbagai pihak sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Hj. Suparwati, Dra, M.Si, sebagai dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Sadjudi, Drs, SE, M.Si,(Alm) sebagai ketua Progdi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Nurhadi, Drs, M.Si, sebagai sekertaris Progdi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak dan Ibu Dosen jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
5. Kedua Orang Tua dan semua keluarga yang telah memberikan bantuan dan dukungan baik materil maupun spiritual.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun sehingga terjadi kesempurnaan dalam penulisan laporan skripsi ini.

Surabaya, Juni 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAKSI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penellitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	7
2.1.1.2 Manajemen Pemasaran	8
2.1.1.3 Konsep Pemasaran.....	9
2.1.1.4 Strategi Pemasaran.....	11
2.1.5.1 Bauran Pemasaran.....	.13

2.1.2 Produk.....	16
2.1.2.1 Pengertian Produk.....	16
2.1.2.2 Klasifikasi Produk.....	16
2.1.2.3 Pengembangan Produk	19
2.1.2.4 Tujuan diadakannya Pengembangan Produk.....	20
2.1.2.5 Atribut Produk	20
2.1.2.6 Kualitas Produk.....	23
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	26
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	46
2.1.4.1 Tahapan-tahapan dalam proses pengambilan keputusan	52
2.1.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	54
2.1.4.3 Pengertian Fisik	54
2.1.5 Pengambilan Keputusan	56
2.1.5.1 Tahap-tahap keputusan membeli	58
2.2 Kerangka Berpikir.....	59
2.3 Hipotesis.....	61
BAB III Metode Penelitian	62
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	62
3.1.1 Definisi operasional	62
3.1.2 pengukuran Variabel.....	63
3.2 Populasi, dan teknik penarikan sampel.....	64
3.2.1 Populasi.....	64
3.2.2 Sampel dan Teknik Penarikan sampel	64
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	65

3.3.1 Jenis data.....	65
3.3.2 Sumber data	66
3.3.3 pengumpulan data	66
3.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	66
3.4.1 Uji Validitas	66
3.4.2 Uji Reliabilitas	67
3.5 Teknik Analisis Data	68
3.5.1 Analisis Diskriminan	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian Dan Penyajian Data	70
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	70
4.1.2 Penyajian Data	72
4.1.2.1 Deskripsi Responden Penelitian	72
4.1.2.2 Deskripsi Variabel	73
4.2 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	74
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	74
4.2.1.1 Uji Validitas	74
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	75
4.2.2 Analisis Diskriminan	76
4.2.2.1 Group Statistik	76
4.2.2.2 Variabel Pembeda diantara dua Kelompok	77
4.2.2.3 Pengujian Homogenitas Kelompok Data.....	79
4.2.2.4 Canonical Corelation	80
4.2.2.5 Uji Beda Dua Kelompok.....	81

4.2.2.6 Variabel Pembeda Dua Kelompok	82
4.2.2.7 Model Diskriminan	82
4.2 Pembahasan	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Usia Responden	71
Tabel 2 Pendapatan Responden	72
Tabel 3 Pekerjaan Responden.....	72
Tabel 4 Hasil Jawaban Responden terhadap Variabel Penelitian	73
Tabel 5 Hasil Uji Validitas	74
Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 7 Group Statistics	76
Tabel 8 Test of Equality of Group Means	77
Tabel 9 Box's Test of Equality Covariance Matrices.....	79
Tabel 10 Eigenvalues	80
Tabel 11 Wilk's Lamda	81
Tabel 12 Structure Matrix.....	82
Tabel 13 Canonical Discriminant Function Coefficient.....	83
Tabel 14 Fungtion at Group Centroids	83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkah Laku Konsumen.....	28
Gambar 2.2 Hirarki Kebutuhan menurut Maslow	42
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	61



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Deskripsi data Responden	88
Lampiran 2 Distribusi Frekuensi Variabel.....	89
Lampiran 3 Uji Validitas.....	91
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	92
Lampiran 5 Analisis Diskriminan	93
Lampiran 6 Identitas Responden.....	100



**“Analisis Kualitas Produk Yang Dipertimbangkan
Konsumen dalam Membeli Sabun Cuci
Merk Rinso dan Soklin”
(Studi Kasus pada Ibu Rumah Tangga di Medokan Asri 1 – Surabaya).**

**Oleh :
Elif Rahmawati
0742010077**

Abstraksi

Pertumbuhan sabun deterjen yang semakin meningkat dan banyaknya pilihan merk dengan kegunaan dan kelebihan masing-masing menjadi persaingan antar produsen semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk : 1) ingin mengetahui perbedaan diantara konsumen yang membeli sabun cuci merk Rinso dan Soklin berdasarkan kualitas produk yang dipertimbangkan. 2) ingin mengetahui kualitas produk yang memberikan kontribusi perbedaan terbesar diantara konsumen yang membeli sabun cuci merk Rinso dan Soklin.

Populasi dalam penelitian ini adalah Ibu Rumah Tangga di Medokan Asri 1. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel untuk tujuan tertentu saja. Sedangkan pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah 97 responden. Analisis yang digunakan adalah analisis diskriminan (untuk variabel pembeda).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari ke-enam variabel bebas dalam penelitian yang digunakan sebagai prediktor untuk membedakan antara kelompok pengguna deterjen Rinso dan So Klin, hanya terdapat tiga variabel bebas yang secara signifikan dapat digunakan untuk membedakan kedua kelompok diatas, yaitu variabel *performance* (sig.= 0,015); *reliability* (sig.= 0,004); dan variabel *aesthetic* (sig.= 0,008).

Keyword : Performance, Features, Reliability, Conformance, Esthetics, Fit and Finish

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Adanya kemajuan teknologi menyebabkan semakin banyak produk yang dihasilkan dan ditawarkan di pasar, yang merupakan salah satu hal yang perlu dipertimbangkan untuk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Keanekaragaman produk akan memberikan kesempatan yang lebih luas kepada konsumen untuk memilih dan membeli produk dengan berbagai macam keunggulan dan keistimewaan masing-masing.

Semakin banyaknya perusahaan yang masuk dalam industri sejenis, maka semakin banyak produk serupa yang ditawarkan pada pasar konsumen sehingga akan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Agar tetap bertahan maka perusahaan harus mengatasi permasalahan tersebut. Akibatnya segala bentuk penyampaian pesan-pesan produk, terutama melalui iklan semakin gencar untuk menarik perhatian konsumen agar berminat terhadap produk yang ditawarkan.

Produsen sebagai penghasil dari suatu produk harus memperhatikan tentang pentingnya kualitas dari suatu produk yang dihasilkannya. Karena dengan kualitas yang baik dari suatu produk maka dapat menarik konsumen untuk membeli dan menggunakannya secara terus menerus. Kualitas suatu produk baik barang maupun jasa perlu dipertimbangkan melalui faktor-faktor yang mempengaruhinya dan faktor-

faktor tersebut dapat diterima oleh konsumen apabila memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Salah satu produk yang mengalami perkembangan dan persaingan antar produk sejenis yaitu sabun deterjen. Sabun deterjen belakangan ini mengalami tingkat perkembangan yang sangat pesat, hal ini ditandai dengan banyaknya bermunculan produk-produk baru sehingga akan memperebutkan pasar. Menghadapi pertumbuhan sabun deterjen yang semakin meningkat dan banyaknya pilihan merk dengan kegunaan dan kelebihan masing-masing menjadi persaingan antar produsen semakin ketat.

Sementara itu untuk lebih melekatkan ciri pada produk yang dibuat oleh produsen, maka setiap produsen mencatumkan kualitas produknya yang dapat membedakan dengan produk satu dengan lainnya dalam hal segi kualitas produk yaitu mengenai daya guna produk tersebut. Keutamaan produk sabun deterjen sebagai alat pembersih dan pewangi pakaian harus menimbulkan suatu kepercayaan akan produk, daya tahan produk, nilai produk dan hasil kelayakan produk, di mana konsumen menginginkan faktor kualitas produk yang dihasilkan baik yaitu sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumennya.

Dengan mengetahui keinginan atas produk yang ditawarkan maka produsen dapat meningkatkan kemampuan kualitas produknya agar konsumen tertarik untuk mencoba dan menggunakan produk tersebut karena sabun deterjen berfungsi dasar sebagai alat pembersih pakaian serta atribut kualitas produk lainnya. Oleh karena itu setiap produsen sabun

deterjen harus senantiasa teliti dalam mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan konsumen. Dalam hal ini produsen sabun deterjen harus mampu memahami perilaku konsumen di dalam menggunakan sabun deterjen. Dengan menyadari arti pentingnya perilaku konsumen dimana pertimbangan konsumen merupakan faktor yang tepat untuk mengetahui sejauh mana konsumen memahami suatu produk sehingga mereka berkeinginan untuk membeli dan menggunakan produk tersebut.

Agar produk dapat diterima oleh konsumen maka pihak perusahaan harus memiliki siklus kehidupan dari produk tersebut dan memiliki berbagai jenis-jenis produk yang berbeda dan memiliki ciri tertentu yang tidak dimiliki oleh pesaing. Dimana konsep produk dapat memberikan pandangan kepada konsumen terhadap produk yang dibutuhkan dan diinginkan. Produk yang mampu memberikan arti akan mampu untuk menarik konsumen dan kemudian membuat konsumen tersebut terdorong untuk membeli dan menggunakan.

Dari latar belakang tersebut diatas penulis ingin mengetahui mutu atau kualitas produk sabun cuci merk Rinso dan merk Soklin yang beredar di pasaran, karena mutu atau kualitas produk menunjukkan kemampuan sebuah produk untuk menjalankan fungsinya sesuai dengan manfaat dari produk tersebut, ciri produk merupakan sarana kompetitif untuk membedakan produk perusahaan dengan yang lain.

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah rumah tangga khususnya ibu rumah tangga yang menggunakan sabun cuci di Medokan Asri 1 - Surabaya. Alasannya karena yang biasa menggunakan sabun cuci

adalah ibu rumah tangga dan ingin mengetahui sejauh mana pertimbangan ibu rumah tangga dalam menggunakan dan memilih sabun cuci. Sedangkan memilih daerah Medokan Asri 1 - Surabaya karena setelah peneliti melakukan survei di beberapa toko dan supermarket yang berada di sekitar lingkungan, peneliti mendapatkan hasil bahwa ibu rumah tangga di daerah tersebut lebih banyak menggunakan sabun cuci merk Rinso dan merk Soklin.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang : **Analisis Kualitas Produk yang dipertimbangkan Konsumen dalam membeli Sabun Cuci merk Rinso dan merk Soklin (Studi Kasus Pada Ibu Rumah Tangga di Medokan Asri 1-Surabaya).**

1.2 Perumusan Masalah

1. Berdasarkan kualitas produk yang dipertimbangkan, apakah ada perbedaan di antara konsumen yang membeli sabun cuci merk Rinso dan merk Soklin ?
2. Diantara kualitas produk yang dipertimbangkan, manakah yang memberi kontribusi perbedaan terbesar di antara konsumen yang membeli sabun cuci merk Rinso dan merk Soklin ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah yang dikemukakan tersebut, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah :

1. Ingin mengetahui dan menganalisis perbedaan diantara konsumen yang membeli sabun cuci merk Rinso dan merk Soklin berdasarkan kualitas produk yang dipertimbangkan.
2. Ingin mengetahui dan menganalisis kualitas produk yang memberikan kontribusi perbedaan terbesar diantara konsumen yang membeli sabun cuci merk Rinso dan merk Soklin.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
 - a. Memberikan masukan pada perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan.
 - b. Memberikan saran pada perusahaan untuk mengeluarkan produk-produk baru yang lebih inovatif dan kreatif.
 - c. Menentukan kebijakan sehubungan dengan permasalahan yang dihadapi.

2. Bagi Penulis

Bermanfaat bagi penulis sebagai penerapan pengetahuan dari teori yang diterima dengan praktek di lapang serta menambah ilmu pengetahuan.

3. Bagi Universitas

Sebagai bahan masukan pada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu

Politik Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis dan untuk peneliti selanjutnya yang mengambil topik yang sama.

